Slow Food®

Fondazione Slow Food per la Biodiversità ONLUS

Terra madre

l'arca del gusto

Come costruire il più grande catalogo dei sapori del mondo: un patrimonio da scoprire e da salvare.

Redazione: Serena Milano, Raffaella Ponzio, Piero Sardo

Con la collaborazione di: Francesca Baldereschi, Silvia Ceriani, Laura Drago, Eleonora Giannini, Ursula Hudson, Ludovico Roccatello, Veronica Veneziano

Con la consulenza tecnico-scientifica di: Carlo Bazzocchi, Daniele Bigi, Sergio Capaldo, Mauro Cravero, Silvio Greco, Federico Infascelli, Gwyn Jones, Paola Migliorini, Luca Nicolandi, Cristiana Peano, Giovanni Perri, Andrea Pieroni, Francesco Sottile

Progetto grafico e illustrazioni: Alessia Paschetta

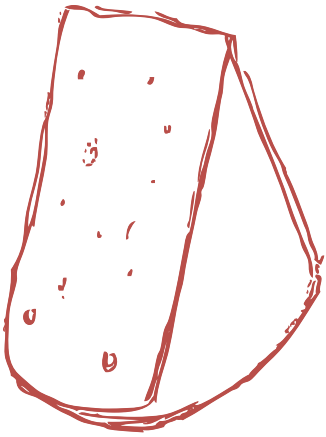
Fotografie: © Xavier Bartaburu, Livio Bersano, Marco Bruzzo, Hilde Buer, Kunal Chandra, Giuseppe Cucco, Ivo Danchev, Giuseppe Fassino, Michèle Mesmain, Oliver Migliore, Paolo Andrea Montanaro, Alberto Peroli, Henriette Smith, Francesco Sottile, Paola Viesi, Archivio Slow Food

Stampa: La Stamperia – Carrù (Cn) – stampato su carta riciclata

Aggiornato a gennaio 2018

sommario

Che cos'è?	p. 4
Qual è il suo scopo?	p. 5
Come si identifica un prodotto dell'Arca?	p. 6
Quali sono i criteri per selezionare un prodotto?	p. 9
Le regole generali	p. 19
Come si segnala un prodotto?	p. 21
Come si comunica l'Arca del Gusto?	p. 22
Che differenza c'è tra l'Arca e i Presìdi?	p. 24



che cos'è?

L'Arca del Gusto è un catalogo di prodotti che appartengono alla cultura e alle tradizioni di tutto il mondo e che rischiano di scomparire.

Sull'Arca salgono specie vegetali e animali, ma anche trasformati, perché, insieme alla biodiversità vegetale e animale, stanno scomparendo anche formaggi, salumi, pani, dolci: espressione di saperi contadini e artigiani non scritti ma complessi e ricchi di competenze e pratiche tramandate per generazioni.

Nell'ottobre 2012, a Torino, il Congresso internazionale di Slow Food ha ribadito la centralità della biodiversità, rilanciando con forza il progetto dell'Arca del Gusto come strumento fondamentale dell'associazione per coinvolgere le condotte, i produttori e le comunità locali.
Il Comitato esecutivo internazionale ha dato mandato alla Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus (organismo tecnico di Slow Food Internazionale) di sviluppare e coordinare il progetto dell'Arca del Gusto, avvalendosi di **commissioni locali** (nazionali, regionali o altri organismi riconosciuti) presenti sul territorio e della collaborazione dell'**Università di Scienze Gastronomiche**.

qual è il suo scopo?

L'Arca nasce per **segnalare l'esistenza** di questi prodotti, **denunciare il rischio** che possano scomparire, **invitare tutti a fare qualcosa** per salvaguardarli: cercarli, comprarli, mangiarli, raccontarli, aiutare i produttori e, in alcuni casi (quando i prodotti sono specie selvatiche a rischio di estinzione), tutelarli e favorirne la riproduzione.

L'obiettivo dell'Arca non è creare una banca del seme, una raccolta di germoplasma, un museo in cui esporre le conoscenze tradizionali, ma riscoprire queste risorse e valorizzarle.

Nel 1999, Slow Food è partita proprio da questo catalogo per avviare i primi Presìdi Slow Food, e ancora oggi, **segnalare un prodotto sull'Arca, spesso, è il presupposto per realizzare successivamente un Presidio Slow Food**.

come si identifica un prodotto dell'arca?

Da dove si comincia?

Ognuno ha i propri canali, le proprie esperienze, le proprie reti. Occorre prima di tutto riflettere e ricordare se nella nostra vita familiare o professionale ci siamo imbattuti in un prodotto particolare, che ora non è più presente sul mercato o che lo è in misura minore.

Consultare ricerche esistenti

È importante capire se qualcuno ha già fatto un lavoro di ricerca sul nostro territorio e se esistono testi, cataloghi di varietà e razze, libri di ricette che descrivono anche le materie prime. Così come è utile visitare orti botanici, banche del germoplasma, collezioni varietali di scuole agrarie, università e centri di ricerca. Si possono infatti trovare moltissimi spunti interessanti. **Ma questo non basta.**

Parlare con cuochi, giornalisti, gastronomi, tecnici, produttori

Per candidarlo sull'Arca del Gusto, non è sufficiente aver trovato il prodotto su un catalogo, su internet, in un museo, in una banca del germoplasma o in un giardino botanico. La domanda cui si deve rispondere è: "Questo prodotto esiste ancora? È sul mercato? E se non è più sul mercato, si produce ancora in casa?".

Non è obbligatorio visitare i produttori

Sull'Arca sale il prodotto, non i produttori. Quindi non è necessario conoscere ogni singolo produttore e avere visitato le aziende. Possiamo scoprire un prodotto dell'Arca dialogando con gli anziani, con un cuoco, un giornalista, un tecnico (veterinario, agronomo, tecnologo alimentare...), uno studioso del territorio, un venditore sul mercato, e così via. Naturalmente, se abbiamo la possibilità di parlare direttamente con il produttore, possiamo raccogliere un maggior numero di dettagli, ma non è obbligatorio.

Visitare i mercati contadini

È molto importante visitare i mercati locali, concentrandosi sui prodotti meno comuni, facendo domande ai venditori. Occorre registrare i nomi dei prodotti (in tutte le lingue e nei dialetti), comprare campioni dei prodotti più interessanti, portarli a casa, assaggiarli, mostrarli a cuochi, ad agronomi, ad anziani della zona, chiedendo loro se li riconoscono, se hanno mantenuto le stesse caratteristiche di un tempo o se sono cambiati.

Fare molte domande

Il lavoro di chi identifica e descrive i prodotti dell'Arca è divertente, affascinante, ma allo stesso tempo complesso. Assomiglia un po' al lavoro di un giornalista di inchiesta o di una sorta di "investigatore del gusto". Per descrivere un prodotto bisogna avere pazienza, fare molte domande e talvolta ripetere le stesse domande a più soggetti e incrociare le risposte. Non bisogna mai fermarsi alla prima risposta. Chi produce, cucina o consuma un prodotto, quando ce lo racconta, omette diversi elementi perché li considera scontati. E invece noi li dobbiamo scovare. Perché è probabile che la particolarità del prodotto stia proprio in quei dettagli: in una spezia, in un tipo di fermentazione, in una particolare affumicatura. A volte per scoprire un prodotto interessante non funziona la domanda diretta ("Ci sono prodotti particolari nel vostro territorio?"), ma sono più efficaci domande indirette (ad esempio, "C'è un prodotto che si mangia o si mangiava nei giorni di festa?").

Se ci occupiamo di un **vegetale** dobbiamo descrivere la sua forma, il peso, il colore, il sapore. Non dobbiamo fermarci alla specie (non basta sapere che è un pomodoro o una ciliegia): è importante capire se si tratta di una varietà specifica, in che cosa si distingue dalle altre, se è legata a un territorio e in che modo, se è moltiplicata con sementi locali oppure acquistate, se è ingrediente di ricette particolari...

Se si tratta di una **razza animale**, dobbiamo descrivere le caratteristiche dell'animale – dimensioni, forma delle corna, colore del pelo, ecc. – e spiegare a quale scopo è allevata, indicando anche quali produzioni se ne ottengono (carni, salumi, formaggi).

Se si tratta di un **trasformato**, dobbiamo raccontare anche come si produce, cercando di descrivere i vari passaggi e indicando se gli ingredienti sono prodotti a livello locale, se quel trasformato è legato a varietà specifiche (ad esempio, se è un pane o un cuscus, è fatto con una varietà di grano particolare?) o a razze autoctone (se è un formaggio o un salume, è fatto con latte o carne di razze autoctone?).

Se si tratta di un **formaggio**, bisogna sempre verificare se è fatto con latte crudo o pastorizzato.

Assaggiare

La degustazione è uno strumento imprescindibile per la valutazione dei prodotti, ma è molto importante tener conto del suo carattere relativo. Ogni degustazione è condizionata dalle abitudini e dalla cultura personale di chi assaggia.
La degustazione è più efficace se comparata, cioè fatta non su un solo campione di prodotto ma cercando di assaggiare il prodotto di diversi produttori. Il confronto consente di cogliere le caratteristiche di base, le costanti che attribuiscono a un prodotto una precisa identità. Ad esempio: degustando lo stesso salume di vari produttori, possiamo capire se un ingrediente (come il finocchietto) è una variante personale o se fa parte della ricetta tradizionale.

Le qualità sensoriali di un alimento sono definite da:
- aspetto;
- colore;
- consistenza (liquida, solida, croccante, succosa, tenera, untuosa);
- sapore (zuccherato, salato, amaro, acido);
- aroma.

Esistono almeno tre elementi per stabilire la qualità sensoriale (detta anche organolettica):
- equilibrio (la buona armonia fra le componenti aromatiche e gustative del prodotto);
- territorialità (la capacità del prodotto di esprimere caratteristiche organolettiche legate al suo territorio di origine);
- complessità (la sua positiva evoluzione organolettica nel tempo durante la degustazione).

Un prodotto semplice termina, al naso e in bocca, allo stesso modo in cui nasce, con le stesse caratteristiche organolettiche. Un prodotto complesso, invece, nell'atto della degustazione, cambia: le sensazioni si evolvono e durano a lungo.

quali sono i criteri per selezionare un prodotto?

1. I prodotti candidabili devono essere di interesse alimentare e possono comprendere: specie domestiche (varietà vegetali, ecotipi, razze e popolazioni autoctone), specie selvatiche (solo se legate a tecniche di raccolta, trasformazione e usi tradizionali) e prodotti trasformati.

Cosa sono le specie domestiche?

Accanto alle piante e agli animali selvatici, esistono piante e razze selezionate dall'uomo. Con la domesticazione la natura diventa qualcosa di familiare, casalingo, controllato dall'uomo (*domus* = casa). Domesticare non significa solo piantare un seme o domare un animale, ma significa selezionare e, quindi, cambiare progressivamente quel seme e quell'animale affinché si adattino meglio al territorio e garantiscano una produzione migliore.

Che cos'è una varietà vegetale (o cultivar)?

La varietà vegetale è un insieme di piante coltivate nell'ambito di una specie, distinguibili per caratteri morfologici, fisiologici, chimici e qualitativi. La varietà è stabile e conserva i propri caratteri distintivi anche quando si riproduce. Sono definite **autoctone o locali**, le varietà bene identificabili che si sono adattate geneticamente a un territorio specifico e che, usualmente, hanno un nome locale. Di solito, sono il frutto della selezione di singoli agricoltori o di comunità contadine, sono caratterizzate da un buon adattamento al territorio (e di conseguenza sono più rustiche, più resistenti agli stress e hanno bisogno di meno input esterni: meno acqua, meno fertilizzanti, ecc.) e sono strettamente legate alla cultura di una comunità.

QUALCHE ESEMPIO...

Sono varietà autoctone: la mela Carla (Italia), i fagioli marroni dell'isola di Öland (Svezia), il cavolo di Lorient (Francia), la rapa di Akka (Giappone) e così via.

Che cos'è un ecotipo?

L'ecotipo è un insieme di individui (o una popolazione) nell'ambito di una specie che si è adattato geneticamente a un territorio specifico, di solito di estensione limitata. Questa definizione assomiglia molto a quella di varietà (o cultivar) autoctona. La differenza è che gli ecotipi non hanno un'identità genetica precisa, stabile e definita; e non fanno parte di classificazioni e registri ufficiali.

UN ESEMPIO...

Le varie popolazioni di mele rosa dei Sibillini, coltivate nelle Marche (Italia).

Che cos'è una razza animale?

È possibile definire la razza come un gruppo di animali domestici della medesima specie con caratteri esteriori (trasmissibili ai discendenti per ereditarietà) definiti e identificabili che, nell'ambito della stessa specie, possono essere distinti e separati dagli altri in base a caratteristiche visibili (dimensione, colore del mantello o del piumaggio, forma della testa, degli arti, delle corna, della coda).

Le razze autoctone sono legate al territorio in cui si sono sviluppate o si sono naturalmente adattate nel corso del tempo. Sono più rustiche e, anche in ambienti estremi, hanno bisogno di meno cure e meno cibo. Sull'Arca del Gusto è importante collegare la razza a un prodotto: carne, latte, formaggio, salume.

QUALCHE ESEMPIO...

La bovina mirandaise, una razza da carne originaria del Gers, un dipartimento della regione Midi-Pyrénées (Francia), la gallina bianca di Saluzzo (un'area di pochi comuni in Piemonte, Italia) o ancora la pecora villsau (coste nord-occidentali della Norvegia), una delle più antiche razze ovine ancora esistenti nel Nord Europa.

Le razze hanno origine in luoghi precisi ma in alcuni casi – e questo accade di solito perché alcune delle loro caratteristiche sono particolarmente valide – possono diffondersi in altre parti del mondo. Può capitare che una razza sia a rischio di estinzione nella sua zona di origine, come la capra del Toggenburgo, di cui sono rimaste poche centinaia di capi nella regione omonima (Cantone di San Gallo) ma che è, al tempo stesso, diffusa in altre regioni alpine.

Che cos'è una popolazione animale?

La popolazione è un gruppo di individui (nell'ambito della stessa specie) con caratteristiche affini. Come nel caso della razza, è fondamentale il ruolo degli allevatori, che devono riconoscere una popolazione in base a caratteri visibili (mantello o piumaggio, dimensione, forma delle corna, della coda...) e a comportamenti (produttività, fertilità...). La popolazione sta alla razza come l'ecotipo sta alla varietà (o cultivar), ovvero è meno stabile e non è iscritta nei registri ufficiali.

UN ESEMPIO...

Il pollo mushunu di Molo (Kenya).

Perché è possibile candidare anche le specie selvatiche?

L'Arca raccoglie prodotti legati a saperi e culture comunitarie. Slow Food, infatti, si occupa di biodiversità intesa non solo come germoplasma (o materiale genetico), ma anche e soprattutto come cultura (territorio, saper fare, tecniche tradizionali).
Allora, perché catalogare anche i prodotti selvatici? Perché molto spesso sono legati a tecniche tradizionali di raccolta, pesca, trasformazione, e a culture indigene.
Valorizzare i prodotti spontanei, quindi, significa tutelare il sapere che le comunità stesse si tramandano per preservare l'ecosistema in cui nascono e vivono tali prodotti (foreste, montagne, lagune).
Nel mondo animale, la famiglia dei selvatici più numerosa è rappresentata dalle specie ittiche. Anche in questi casi, è possibile segnalare una tipologia di pesce, se legata a una tecnica tradizionale di pesca o di conservazione (salagione, essiccazione, affumicatura).

QUALCHE ESEMPIO...

Esistono prodotti spontanei legati a tecniche complesse, come il riso manoomin degli Anishinabeeg (Stati Uniti), raccolto con le piroghe, essiccato, affumicato, o come il caffè selvatico della foresta di Harenna (Etiopia), essiccato al sole e tostato. E altri legati a tecniche più semplici, come il radìc di mont (Italia), raccolto in montagna e messo sott'olio extravergine. Spesso i prodotti spontanei hanno uso alimentare, ma anche cosmetico e medicinale.

Che cosa sono i prodotti trasformati?

I prodotti trasformati sono i formaggi, i salumi, i pani, i dolci, le bevande, le confetture... **Nati per conservare i cibi** – latte, carne, pesce, cereali, frutti – sono innumerevoli, frutto del sapere tramandato di generazione in generazione in ogni angolo del mondo, risultato di creatività e manualità. Piccolissime variazioni possono dare vita a trasformati estremamente diversi. Si pensi alle migliaia di tipologie di formaggio, nate dagli stessi tre ingredienti (latte, caglio, sale). O ai salumi, dove a volte cambia anche solo la tecnica di taglio delle carni, una spezia o il legno per l'affumicatura. Le pratiche di trasformazione artigianale consentono di ottenere prodotti particolari, capaci, ancor più delle materie prime, di raccontare una cultura locale, e rendono i produttori meno condizionati dai cicli stagionali e dalle oscillazioni del mercato. Spesso è possibile salvaguardare varietà vegetali e razze locali valorizzando e promuovendo prodotti trasformati collegati a esse (un formaggio o un salume può salvare una razza; un pane può salvare una varietà di grano...).
Per Slow Food anche i trasformati sono biodiversità, assieme alle razze, ai semi, alle specie domestiche o selvatiche.

2. I prodotti devono essere di qualità (organolettica) particolare. La qualità è definita dagli usi e dalle tradizioni locali.

Per giudicare la qualità di un prodotto non bastano analisi chimiche o fisiche, ma non è sufficiente neppure la degustazione. Per Slow Food la qualità è una **narrazione**.
Bisogna conoscere **l'origine** del prodotto (in che territorio è nato: in alta montagna o in pianura? In una zona urbanizzata o isolata? In un clima umido o arido? In un'area ben definita o molto ampia?), confrontarsi con la **comunità** (è conosciuto da tutti o da pochissimi? È considerato un prodotto di pregio, destinato a feste e cerimonie, oppure è un prodotto povero?), conoscere la **tecnica di trasformazione** (è un formaggio a latte crudo o pastorizzato? È a pasta cotta, filata, cruda? È fresco o stagionato?), i metodi di **conservazione** (si affumica, si avvolge nella paglia?). Quindi, naturalmente, si assaggia e si cerca di valutare gli aspetti organolettici. Un prodotto è interessante se è complesso, cioè se cambia nel corso della degustazione, offrendo sensazioni che si evolvono e durano a lungo. Durante la **degustazione** è possibile individuare eventuali difetti (note di rancido, acidità eccessiva...), identificare le principali caratteristiche organolettiche (profumo, sapore, consistenza), capire se c'è equilibrio, armonia tra le varie componenti gustative e aromatiche; se il prodotto esprime bene il territorio e la tipologia (a volte un elemento apparentemente difettoso è invece tipico di quell'area e di quella tipologia: il gusto amaro, ad esempio, è un difetto nei formaggi di capra, ma è una caratteristica tipica di alcuni formaggi vaccini di alpeggio). Infine è fondamentale tenere in considerazione il gusto della comunità a cui il prodotto appartiene. Un prodotto europeo può essere difficile da comprendere e valutare per un degustatore africano, così come un prodotto asiatico può essere difficile da decodificare e valutare per un europeo, e così via.

3. I prodotti devono essere legati a un territorio, alla memoria, all'identità di una comunità e al saper fare tradizionale locale.

Il territorio è un elemento chiave per la biodiversità. Non è sufficiente che un prodotto sia locale. L'aggettivo "locale" ci dice ben poco sulla storia e sulla tradizione di un territorio. Si possono coltivare localmente varietà migliorate, ibridi introdotti di recente e prodotti estranei alla cultura del luogo. I prodotti che ci interessano, invece, hanno un forte legame con il territorio inteso non solo come spazio fisico, climatico e ambientale, ma anche come **contesto culturale e storico**.
Il territorio è terra, aria, acqua, clima, ma è anche lingua, dialetti, religione, artigianato, architettura, paesaggio... Lontano dal suo territorio di origine, un seme, un ortaggio, un albero da frutta, una razza animale diventano "semplice" germoplasma, cioè materiale genetico.
Le varietà vegetali e le razze autoctone danno il meglio delle loro potenzialità nel territorio in cui si sono acclimatate nel corso dei secoli grazie all'opera dell'uomo. Per questo, spesso sono più resistenti e richiedono meno interventi esterni (fertilizzanti, acqua e pesticidi nel caso dei vegetali; cure veterinarie e cibo nel caso degli animali). Sono quindi più sostenibili, sia dal punto di vista ambientale, sia dal punto di vista economico.

Quando vi diranno che un prodotto è uguale dappertutto, che non ci sono differenze fra una regione e l'altra, fra montagna e pianura e così via (e succederà spesso) non arrendetevi, chiedete ancora. Le differenze le troverete: saranno date da un particolare terreno, dall'uso di una spezia o di un'erba che si trova solo in una particolare valle. La sfida è provare a legare un prodotto a un territorio più o meno vasto ma con un'identità precisa: un'isola, una zona di alta montagna, il percorso di un fiume, una fascia collinare... Se proprio non troverete differenze, neppure la più piccola, allora vorrà dire che quel prodotto non è poi così interessante.

Dopo quanto tempo un prodotto diventa tradizionale?

Alcuni enti hanno identificato un numero di anni minimo dopo il quale un prodotto può essere definito tradizionale: chi dice 50 anni, chi dice 30, chi scende fino a 25.
In realtà, secondo Slow Food un semplice numero di anni non è sufficiente a garantire la tradizionalità di un prodotto. La mela Golden delicious, ad esempio, è coltivata in tutto il mondo (dal Cile all'Europa all'Australia) e rappresenta l'80% della produzione mondiale di mele. Non è un prodotto tradizionale, dunque, perché il legame con una comunità locale e con un territorio è nettamente secondario rispetto alla componente genetica (ovvero la varietà, uguale ovunque e particolarmente stabile, presenta sempre le medesime caratteristiche nei vari territori). Eppure questa varietà ha 100 anni di storia, perché è stata individuata all'inizio del Novecento. Lo stesso vale per moltissime varietà commerciali di pesche, uva, prugne e così via, che hanno almeno 50, 60 anni.
La risposta di Slow Food a questo quesito ha a che fare con la **memoria collettiva** di una comunità. Per capire se un prodotto è tradizionale occorre rispondere a queste

domande: il prodotto appartiene alla cultura locale? Il saper fare per coltivarlo, trasformarlo, consumarlo è stato tramandato di generazione in generazione? Lo si può scoprire interrogando i produttori più anziani della comunità e chiedendo loro se quel prodotto era già coltivato o trasformato dai loro genitori e dai loro nonni. Non basta una testimonianza. Bisogna verificare che si tratti di una memoria condivisa. Possono venirci in aiuto alcuni indizi: quel prodotto ha lasciato tracce nell'artigianato locale? Esistono strumenti artigianali (di legno, di rame, di pietra, di giunco...) fatti per lavorare o conservare quel particolare formaggio? O per raccogliere ed essiccare quel frutto? Esistono mortai e cesti per contenere quel cereale? O ancora: ci sono tracce nella lingua, nel dialetto, nelle canzoni popolari? Il prodotto ha influenzato l'architettura locale? Ci sono vecchi mulini, piccoli caseifici di pietra aggrappati sulle montagne, muretti a secco?
Oltre agli anziani, gli interlocutori ideali sono le donne, i cuochi, i giornalisti che si occupano di gastronomia, i tecnici (agronomi, veterinari, tecnologi alimentari). E poi è importante cercare la bibliografia disponibile: esistono libri di ricette? Testi sulle sagre e le tradizioni locali? Cataloghi di prodotti? Il controllo incrociato delle informazioni raccolte, attraverso il coinvolgimento del maggior numero possibile di soggetti, è un passo fondamentale.

È possibile segnalare lo stesso prodotto in più paesi?

Sì, dopo avere identificato e le differenze, se pur minime.
I prodotti artigianali non sono mai uguali, perché sono influenzati da moltissimi fattori, anche minuscoli: altitudine, composizione del suolo, clima, saperi locali, creatività personale e così via.
Quando un prodotto si ritrova in tanti paesi con lo stesso nome bisogna indagare a fondo. La ricotta, ad esempio, si produce in tutta la Sicilia ma, se si approfondisce, si scopre che esiste ricotta di vacca, di capra, di pecora, mista, fresca o stagionata, al forno, affumicata, cagliata con rametti di fico, ecc. Il cuscus si produce in tutto il Mediterraneo, ma, se si va a fondo, si scopre un universo fatto di cuscus di diversi cereali (grano, miglio, riso, mais) ma anche di altre materie prime (esiste persino un cuscus fatto con i semi delle ninfee). E i cuscus di grano, ad esempio, possono essere fatti con diverse varietà locali, possono avere grani di dimensioni diverse, possono essere aromatizzati con erbe essiccate, foglie o radici...
Quando apparentemente non ci sono distinzioni è perché le differenze non sono state studiate e descritte, non perché non esistano effettivamente. In Italia, negli anni Sessanta, il vino era rosso o bianco. Ora esiste un universo di vini diversi, che cambiano secondo il vitigno, il territorio, la tecnica, l'abilità del singolo produttore.
Valorizzare la diversità è fondamentale per salvare i piccoli produttori; l'omologazione, l'appiattimento, la superficialità (che ci fa dire che questo prodotto è uguale dappertutto) favoriscono chi produce grandi quantità a scapito della qualità. Il fatto che il prodotto sia diffuso su territori molto vasti, spesso con la medesima denominazione, non significa che non sia a rischio in ciascuno dei territori in cui viene preparato tradizionalmente.

QUALCHE ESEMPIO...

Possiamo far salire sull'Arca lo slatko di prugne della Bosnia Erzegovina e lo slatko di fichi selvatici in Macedonia. O ancora: possiamo segnalare il freekeh di Jabal Amel in Libano, il freekeh di Jenin in Palestina o il freekeh di Idleb in Siria. E possiamo segnalare il formaggio feta (nella sua versione artigianale) in varie aree di Grecia, Turchia e Macedonia. Naturalmente non segnaleremo il formaggio feta danese (in Danimarca opera il maggior produttore mondiale di feta).

4. I prodotti devono essere realizzati in quantità limitate

Sul significato di "quantità limitata" o di "piccola scala" il dibattito è aperto e le definizioni condivise sono poche. Si tratta infatti di un concetto relativo, che dipende dal contesto (il caso di un'isola del Mediterraneo è molto diverso dall'Amazzonia o dal Sahel, ad esempio) e dal tipo di produzione (coltivare cipolle non è come produrre zafferano o formaggio stravecchio di alpeggio), e che è molto difficile ricondurre a numeri o a formule precise.

Nel caso dell'Arca del Gusto (ma anche di altri progetti, come i Presìdi e i Mercati della Terra) ci interessa selezionare produzioni che non siano né industriali, né di massa. In pratica, "non siamo in grado di calcolare ciò che è giusto, ma sappiamo riconoscere benissimo ciò che è sbagliato" (Schumacher, 1973).

I prodotti dell'Arca sono legati a un territorio specifico e al sapere di una comunità e sono proprio questi due elementi a definire il limite. Non è possibile aumentare le quantità prodotte oltre un certo limite senza cambiare profondamente la natura delle produzioni.

Se i volumi prodotti aumentano troppo o troppo velocemente (anche il tempo è una variabile importante), occorre ampliare l'estensione delle coltivazioni (avvicinandosi sempre più al modello della monocoltura), moltiplicare i capi allevati, intensificare la forma di allevamento, oppure acquistare la materia prima fuori dal territorio di produzione (talvolta anche molto lontano) e occorre meccanizzare molti se non addirittura tutti i passaggi della filiera, rinunciando all'artigianalità e rischiando di non ottenere la stessa qualità.

L'Arca del Gusto è un catalogo di prodotti, non di produttori, quindi non è necessario avere una fotografia precisa delle quantità prodotte (dato che sarà invece essenziale per avviare un Presidio), ma è importante cercare di individuare perlomeno l'ordine di grandezza, per stabilire se siamo di fronte a una produzione artigianale o industriale.

Per approfondire il tema, potete leggere il volume *Piccolo è bello*, pubblicato nel 1973 dall'economista e filosofo F. Schumacher.
L'edizione italiana è stata ristampata nel 2011 a cura di Ugo Mursia Editore.

5. I prodotti devono essere a rischio di estinzione

Il rischio che scompaia del tutto un prodotto tradizionale può essere **reale**, ovvero a breve termine, quando il sapere, la manualità necessari per produrlo appartengono a uno solo oppure a pochi produttori, solitamente anziani. Non è sufficiente, infatti, una ricetta scritta, oppure una semplice spiegazione orale per allevare una vacca, coltivare un ortaggio, produrre un formaggio, un salume, un dolce tradizionale. Le produzioni tradizionali sono opera di artigiani e impararne le pratiche significa lavorare con loro per anni. Bisogna apprendere i loro gesti, acquisire sensibilità indefinibili ma necessarie per riuscire a mantenere costante la qualità di un prodotto anche se le condizioni in cui avviene la produzione (la temperatura, il grado di umidità dei locali di lavorazione o stagionatura, il periodo dell'anno in cui si produce, lo stato di salute degli animali, ecc.) cambiano. Solo le produzioni seriali, industriali, non prevedono possibilità d'interpretazione individuale, ma esigono, al contrario, processi codificati e l'uso di tecnologia in buona parte delle fasi di produzione. Il rischio di estinzione è reale anche quando un prodotto è realizzato solo per autoconsumo, nelle famiglie. Oppure quando leggi iperigieniste, in breve tempo, possono rendere illegali locali di stagionatura, di produzione, attrezzi e materiali importanti per la caratterizzazione di un prodotto. Nel caso di una razza a rischio di estinzione, il rischio è reale quando i capi rimasti sono pochi (poche centinaia, un migliaio...). È difficile invertire un processo di erosione genetica quando i numeri sono così bassi, occorre l'impegno delle istituzioni, dei tecnici, fondi per supportare gli allevatori e finanziare progetti di riproduzione. Il rischio è **potenziale** – cioè nel medio lungo periodo – quando la situazione sociale (dei produttori o dei consumatori) è tale da far prevedere, negli anni successivi, una diminuzione delle quantità prodotte e del numero dei produttori. O quando il prodotto, se pure ancora diffuso, non è valorizzato a sufficienza. I segnali di rischio sono molti e diversi: gli stili di consumo che mutano; il mercato che non apprezza più il prodotto e che lo paga poco, riducendone progressivamente la redditività; il territorio che si spopola e le persone in grado di produrre secondo tradizione

che emigrano altrove in cerca di nuove occupazioni; il mancato ricambio generazionale; l'alterazione o la scomparsa di ecosistemi e paesaggi rurali; il mancato supporto da parte delle politiche agricole (nazionali e internazionali) e la scarsa attenzione da parte delle istituzioni. Anche l'incombere di produzioni industriali simili a quelle tradizionali (o spacciate come tali) che confondono il consumatore e lo orientano su versioni più omologate e standardizzate può velocemente espellere dal mercato i prodotti tradizionali, più indifesi, più fragili, meno supportati da pubblicità e marketing.

È possibile segnalare un prodotto che viene realizzato solo per autoconsumo?

Sì. Un prodotto che sopravvive soltanto nella tradizione familiare ma non è presente sul mercato, quand'anche sia diffuso, rappresenta comunque un sistema estremamente fragile, che rischia di scomparire nell'arco di pochissimo tempo.
Nei Balcani, ad esempio, e in molti altri paesi che appartenevano all'Unione Sovietica, non esistevano piccole aziende private, ma solo grandi cooperative pubbliche. In questi paesi i prodotti artigianali sono sopravvissuti nelle famiglie; ora, poco per volta, alcuni di questi stanno tornando sul mercato.
Ci possiamo trovare di fronte a due situazioni diverse: a volte un prodotto è realizzato solo dalle famiglie per l'autoconsumo ed è fuori mercato. A volte un prodotto è presente anche sul mercato, ma in una versione non autentica, con una ricetta standardizzata, o con materie prime diverse. In entrambi i casi è importante segnalare sull'Arca il prodotto tramandato dalle famiglie, prima che sia troppo tardi. Non è necessario capire se la produzione identificata ha le necessarie autorizzazioni sanitarie e commerciali. Il prodotto può salire sull'Arca a prescindere.

L'interpretazione e l'applicazione di questi criteri deve sempre tenere conto delle diverse realtà locali, rispettando le differenze geografiche, culturali, sociali, economiche, politiche delle comunità che li conservano.

le regole generali

La segnalazione di un prodotto deve inoltre rispondere ad alcune regole generali:

È vietata l'introduzione nell'Arca di qualsiasi prodotto segnalato con il suo marchio o il suo nome commerciale.
I prodotti che salgono sull'Arca del Gusto appartengono alla comunità, al territorio in cui sono nati e si sono sviluppati, alle generazioni che li hanno tramandati e che li preserveranno. Non sono proprietà privata di una singola azienda. Qualunque nuova azienda, qualunque giovane che viva in quel territorio, potrà decidere di coltivare, allevare, trasformare un prodotto dell'Arca. Quindi, sull'Arca del Gusto non salgono marchi commerciali registrati o brevettati da privati.
Qualche esempio pratico: sull'Arca non sale la Nutella®, semmai sale una crema di cioccolato gianduja tradizionale; sull'Arca non salgono le mele Marlene®, ma qualunque delle centinaia di varietà di mele che ancora sopravvivono in tutto il mondo.
Sull'Arca non sale il formaggio Huguenot® (un formaggio vaccino frutto di un'invenzione di un produttore sudafricano che gli ha dato un nome di fantasia, nome che ha poi registrato), ma salgono il caciocavallo podolico, l'oscypek polacco, il pelardon affiné, ovvero tipologie che appartengono alle loro rispettive comunità.

È vietato l'utilizzo del nome, del logo e del marchio Slow Food® (e delle sue declinazioni) sulle etichette dei prodotti dell'Arca. L'impiego del marchio Slow Food® e del nome "Arca del Gusto" è regolato dalle norme stabilite nella carta di utilizzo dei marchi Slow Food, allegata allo Statuto internazionale di Slow Food.
Sull'Arca del Gusto sale un prodotto, non i singoli produttori. L'Arca non prevede la conoscenza dei produttori, il loro coinvolgimento né il controllo sulla filiera.
Di ciascun prodotto si descrive la forma, il colore, il sapore... Ma non è necessario conoscere nei dettagli tutta la filiera. Per fare un esempio molto semplice: sull'Arca sale una varietà di mela; dopodiché qualcuno la potrà coltivare con il sistema biologico e qualcuno con il sistema convenzionale. L'Arca si ferma alla scheda di segnalazione, alla denuncia che quella varietà di mela sta scomparendo. È un campanello di allarme, una richiesta di intervento che viene lanciata a tutto il mondo. Di conseguenza, sulle etichette o sulle confezioni dei prodotti dell'Arca, non si può né usare il logo di Slow Food (la chiocciolina), né altri collegati (Fondazione Slow Food, Presidio Slow Food...).

È possibile raccontare il progetto dell'Arca con altri strumenti: depliant, libretti, articoli, sito internet

In molti paesi, Slow Food ha consolidato importanti rapporti di collaborazione con gli chef i quali, oltre a partecipare e a collaborare alle attività di Slow Food, impiegano nella loro cucina prodotti di Presìdi, dell'Arca del Gusto o prodotti coltivati o realizzati da piccoli produttori locali.

Slow Food incoraggia i cuochi a segnalare sul menù i nomi dei produttori per dare loro la giusta visibilità e promuove un progetto specifico – **l'Alleanza Slow Food dei cuochi** – proprio per creare una rete dei locali impegnati nella salvaguardia della biodiversità.

L'Alleanza è un progetto nato per valorizzare i Presìdi, ma che si sta via via allargando ai prodotti dell'Arca e ai produttori locali (buoni, puliti e giusti) in genere.
Nel caso in cui gli chef dell'Alleanza impieghino prodotti dei Presidi è possibile usare il rispettivo logo a fianco del nome dei prodotti (oppure pubblicarne la lista in una pagina apposta). Si consiglia di aggiungere anche una frase esplicativa del progetto.

Per quanto riguarda i prodotti dell'Arca possono essere indicati con un asterisco.

In ogni caso nel materiale del locale per il pubblico deve comparire la spiegazione dell'Alleanza.

Per maggiori informazioni al riguardo è possibile consultare il regolamento del progetto sul sito www.fondazioneslowfood.it/alleanza o scrivere a: ark@slowfood.com

come si segnala un prodotto?

Chiunque può segnalare un prodotto per l'Arca del Gusto, non è necessario essere un esperto, avere particolari competenze o essere un socio di Slow Food.
È possibile segnalare prodotti del proprio territorio, ma anche quelli di altre comunità o altri paesi.

Per candidare un prodotto è sufficiente compilare una scheda molto semplice, disponibile sul sito della Fondazione Slow Food per la Biodiversità all'indirizzo:

www.fondazioneslowfood.com/it/cosa-facciamo/arca-del-gusto

La scheda di candidatura può essere inviata alla commissione nazionale/regionale – nei paesi in cui Slow Food ne ha istituita una – oppure direttamente alla Fondazione Slow Food per la Biodiversità.

Sul sito della Fondazione è possibile trovare l'elenco dei paesi in cui è presente una commissione e i relativi contatti per mettersi in comunicazione con i gruppi di lavoro locali.

Questi due organismi – commissioni locali e Fondazione Slow Food per la Biodiversità – verificano che la segnalazione rispetti i criteri stabiliti dal progetto.

La Fondazione Slow Food si avvale di un gruppo di collaboratori appartenenti a diversi paesi. Nel caso le schede siano incomplete, saranno richieste informazioni supplementari ai segnalatori.

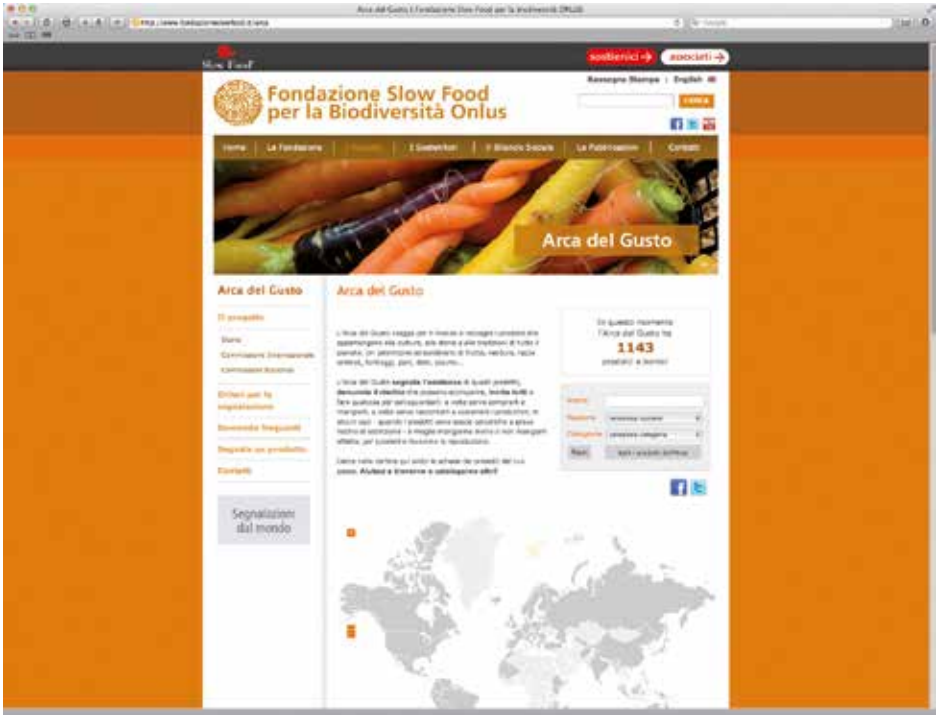
Dopo l'approvazione, il percorso dell'Arca prevede l'inclusione di una breve descrizione del prodotto sul **catalogo on line** presente nella sezione Arca del Gusto.

come si comunica l'arca del gusto?

Per accompagnare la crescita del progetto sono disponibili vari strumenti di comunicazione, in più lingue.

www.fondazioneslowfood.it/arca

Il sito della Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus (in italiano e inglese) contiene una presentazione completa del progetto, il catalogo on line dei prodotti approvati – che è possibile consultare con una modalità di ricerca per nazione, per tipologia di prodotto e per nome del prodotto – lo spazio per le segnalazioni di nuovi prodotti.



Le candidature in arrivo, in qualunque lingua, sono visibili nella sezione "Segnalazioni dal mondo", che raccoglie anche i nomi dei segnalatori di chi contribuisce al progetto. Una pagina di domande frequenti (FAQ) è a disposizione per orientare le proprie attività e chiarire ulteriori dubbi su alcuni passaggi del progetto.

Nell'home page del sito della Fondazione sono pubblicate news sul progetto (nuovi paesi coinvolti, testimonianze dei segnalatori, interviste ai cuochi, curiosità): è importante quindi ricevere dai territori segnalazioni relative ad eventi (ad esempio la realizzazione di una mostra di prodotti dell'Arca nel corso di una fiera, l'organizzazione di incontri o convegni dedicati al progetto), iniziative interessanti, testimonianze, perché arricchiscono la sezione delle news ma non solo, possono stimolare altre associazioni a organizzare eventi simili.

Newsletter internazionale di Slow Food e Terra Madre

La newsletter di Slow Food e Terra Madre, inviata regolarmente in otto lingue a 90.000 contatti nel mondo, contiene una sezione sul progetto dell'Arca del Gusto, che permette di comunicare, di volta in volta, contenuti diversi (nuovi paesi, nuovi prodotti, gallerie foto, quiz...).

Gallerie foto e testimonianze video

Le foto inviate dai segnalatori e quelle degli archivi Slow Food sono proposte su Facebook e nella sezione Multimedia del sito www.slowfood.com. Sono inoltre importantissimi i filmati video raccolti: chiunque sia in grado di realizzare video è invitato a fare interviste a chi custodisce biodiversità. I video possono essere inviati insieme alla documentazione di candidatura e essere quindi linkati dalla scheda sul sito, o archiviati nei Granai della Memoria (www.granaidellamemoria.it) un archivio video contenente testimonianze di custodi di tradizioni locali, culture, biodiversità raccolte in tutto il mondo dall'Università di Scienze Gastronomiche.

che differenza c'è tra l'arca e i presìdi?

Mentre l'Arca del Gusto è un catalogo di **prodotti**, la caratteristica fondamentale dei Presìdi è il rapporto con i **produttori** e la realizzazione di iniziative concrete che li supportino. Avviare un Presidio significa visitare le loro aziende, farsi raccontare come lavorano e quali sono le loro difficoltà, conoscere il loro contesto sociale, culturale, qual è il loro mercato, per riuscire a mettere in campo iniziative di valorizzazione.

I Presìdi Slow Food intervengono concretamente per salvaguardare un prodotto tradizionale a rischio di estinzione (un prodotto dell'Arca) e rappresentano, dunque, una fase successiva alla catalogazione dell'Arca. Naturalmente non sarà possibile realizzare tanti Presìdi quanti sono i prodotti dell'Arca. La speranza è che molte altre organizzazioni e istituzioni si mobilitino per salvarli.

Slow Food®

Questa pubblicazione è realizzata con il contributo finanziario dell'Unione europea.

La responsabilità di questa pubblicazione è esclusivamente del suo autore. L'Unione europea non è responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

www.fondazioneslowfood.it
www.slowfood.it